l'ITALIA GRAFICA

anno XXII numero 6
luglio 1967

organo ufficiale
dell'Associazione Nazionale Italiana
Industrie Grafiche Cartotecniche
e Trasformatrici

20122 - Milano, via Pantano 7
telefono 860.751 (5 linee)

augusto concato

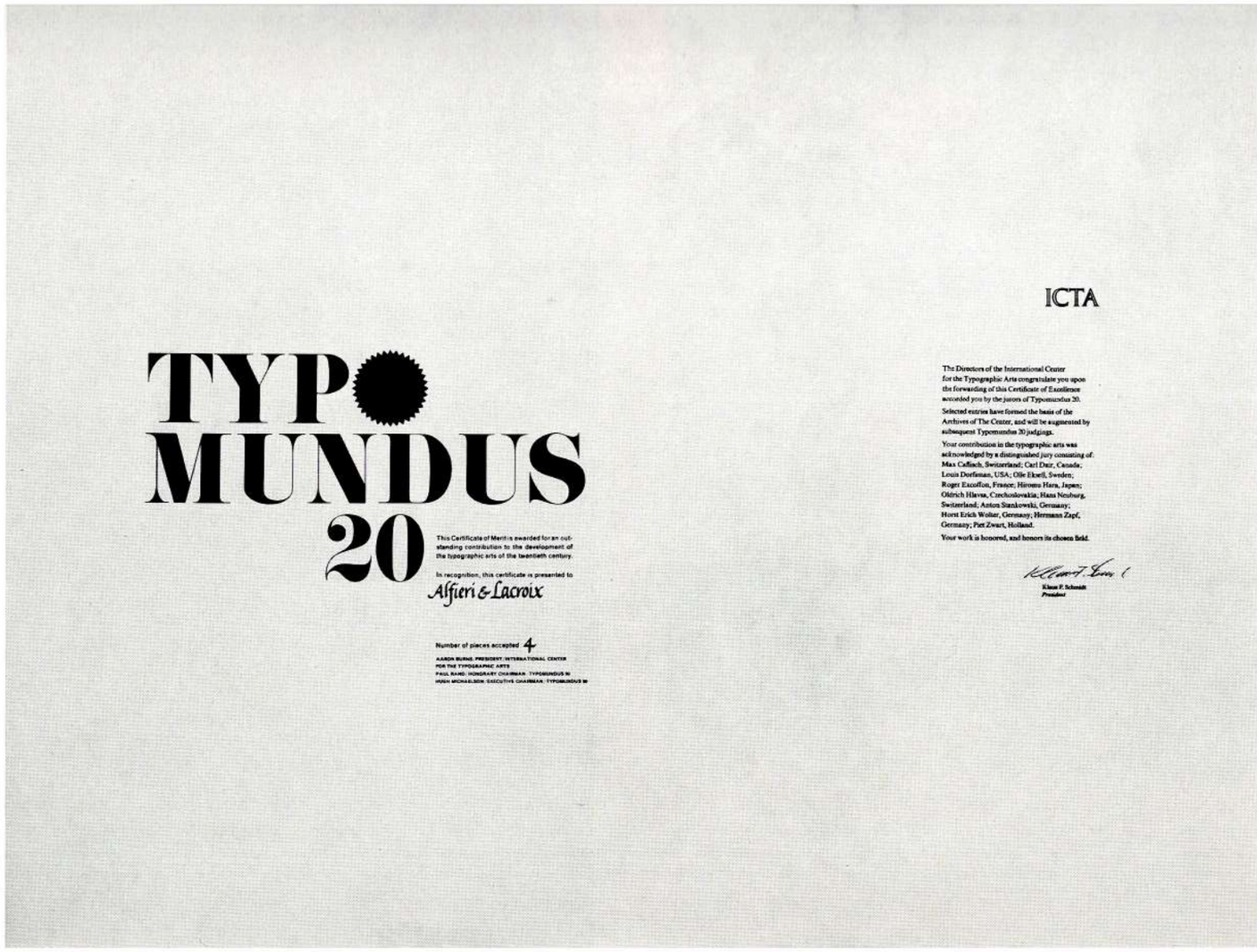
All'Alfieri & Lacroix il riconoscimento dell'ICTA

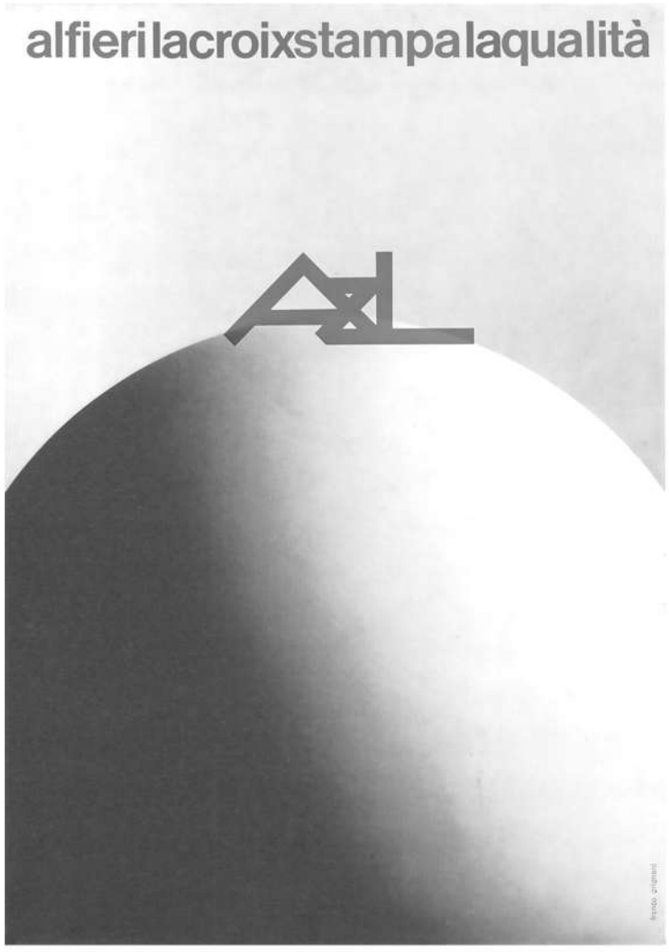
Steno Baldi

Typomundus 20 o Typo Mundus 20. Gli americani lo scrivono in una sola parola con l'accorgimento di sostituire la « o » con un bollino d'oro o con l'immagine del globo terrestre. È una sorta di museo permanente che si ripropone di tramandare le opere più qualificate della grafica del ventesimo secolo. Ogni tre anni dal 1964 si riunisce una commissione giudicatrice composta da 12 esperti di vari paesi che vaglia e seleziona opere grafiche provenienti da tutto il mondo. L'iniziativa è dell'ICTA — International Center for the Typographic Arts — di New York. Typomundus 20, col bollino o col globo, è già un segno di indirizzo grafico. È la testimonianza di una ricerca visuale che va sempre più caratterizzando la grafica del nostro tempo. Dobbiamo dunque rammaricarci che soltanto due ditte italiane siano state insignite di questo ambito riconoscimento internazionale: la Olivetti e l'Alfieri & Lacroix. A mio modo di vedere, la selezione è forse stata troppo severa. Oppure gli italiani hanno preso troppo sottogamba l'iniziativa dell'ICTA che in tal modo non avrà avuto una sufficiente documentazione. Ma v'è di che rallegrarsi che un'azienda del nostro settore abbia visto riconoscere al maggior livello diciassette anni di comunicazione grafica, realizzata con una visione aperta e coraggiosa, starei per dire avanguardistica (oggi il termine ha perso ogni significato politico) dell'espressione pubblicitaria.

È difficile distinguere a chi vada il maggior merito di uno stile che ha sovvertito ogni concetto corrente della pubblicità. Il discorso impostato da Grignani nelle pagine Alfieri & Lacroix risale al 1950. Era un discorso di rottura. Di fronte alla possibilità di attuare una campagna per un'industria grafica, Grignani ha sentito la necessità di operare al di fuori degli schemi e di proporre una ricerca sperimentale. E che egli ci credesse non stupisce, oggi, nessuno di quanti conoscono la sua sensibilità di artista. Non stupisce che egli contasse proprio sull'onda di ritorno che una simile pubblicità avrebbe prodotto, attraverso la divulgazione nel mondo di quei problemi e di quelle soluzioni ch'egli vivamente figurava nelle sue pagine. Più sorprendente, almeno a prima vista, la fiducia che l'industriale committente ha subito avuto nell'idea così fuori dall'or-

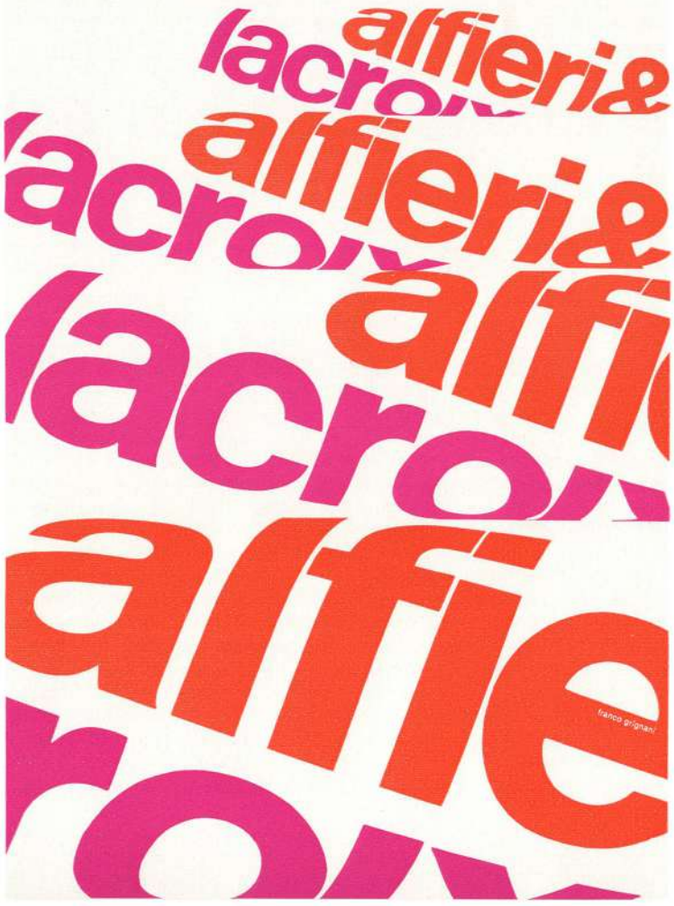
Questo è il « Certificato di Merito » che l'Alfieri & Lacroix ha ricevuto dall'International Center for the Typographic Arts, ICTA, di New York.

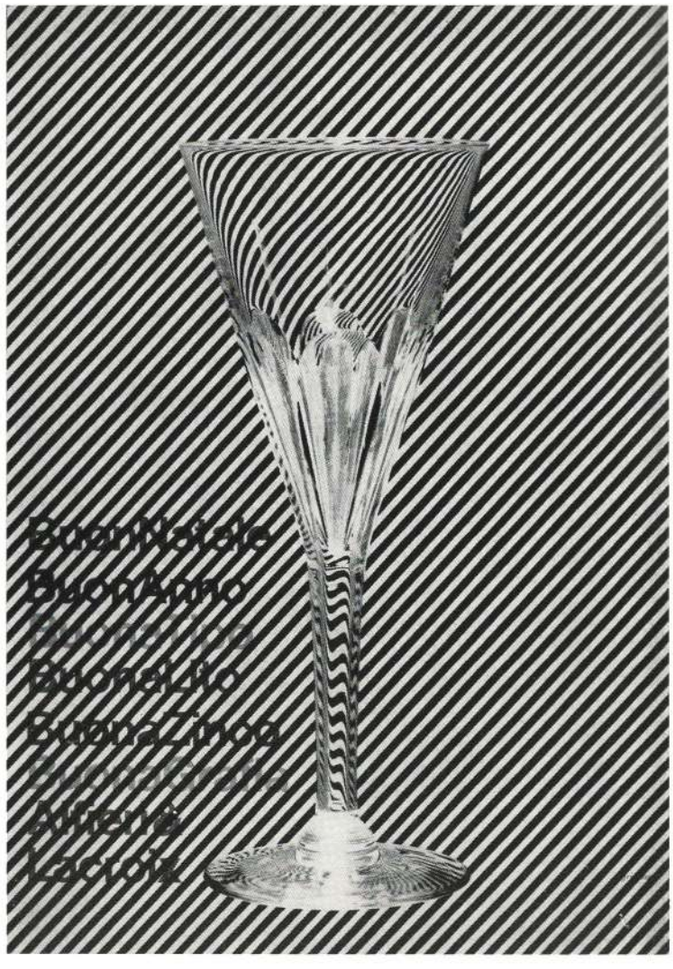




Sono circa centocinquanta bozzetti a colori pubblicati dal 1950 ad oggi.

Alfieriii &&& Lacroixxx per una tipografia esaltante comunicativa immaginativa





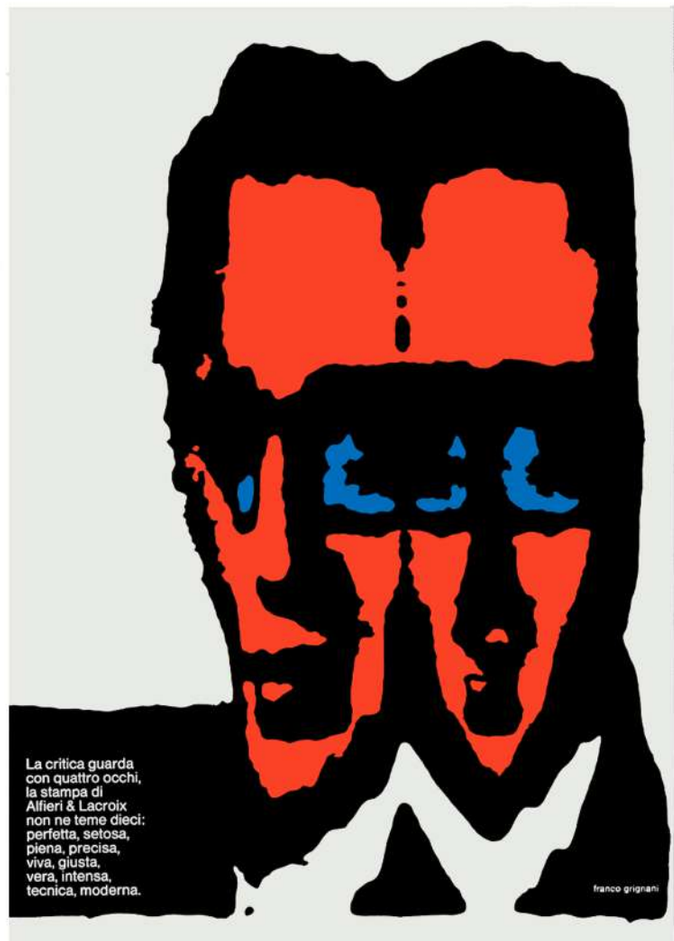
todossìa pubblicitaria. Il nome dell'azienda in corpo 10: ma chi, ancora oggi, l'accetterebbe? Il grand'ufficial Dario Morani è certo un « committente » pubblicitario speciale. Quando sono andato da lui a chiedergli che mi parlasse di questo straordinario riconoscimento dell'ICTA, mi ha risposto: « Parli con Grignani. Il merito è suo ».

Ma Grignani ha subito precisato: « Senza Morani non avrei fatto niente. È merito suo, se ho potuto lavorare in libertà ».

Il successo, come si vede, nasce anche dal fair play. Certo Dario Morani è un uomo ricco di sensibilità, oltre che di intelligenza. Ho saputo che oltre ad essere stato il ricostruttore e il potenziatore dell'Alfieri & Lacroix, è anche gustoso poeta dialettale e autore di un « Dizionario dei pittori pavesi » che può dirla lunga sulla sua esperienza artistica e su certe sue inclinazioni intellettuali. Allora tutta la pubblicità Alfieri & Lacroix diventa — mi pare — come spiegata in un contesto umano che la giustifica e la esalta. Una pubblicità difficile, che dovendo esaltare l'arte grafica le si poneva, in un certo senso, in concorrenza e suggeriva soluzioni che altri non avevano ancora trovato. Grignani seguitava il suo discorso aperto e audace e Morani lasciava fare. Sapeva che le pagine venivano staccate da tutti i grafici e ripubblicate su tutte le riviste grafiche. L'onda di ritorno andava assumendo sempre più consistenza. Era una pubblicità che non alludeva direttamente al prodotto e insisteva con continui riferimenti ai mezzi dell'espressione. Una pubblicità di prestigio, una pubblicità istituzionale che veniva continuamente riproposta, esposta, discussa.

Forse il maggior merito di Dario Morani è stato quello di aver capito in anticipo che il termine grafico non era un problema di pura illustrazione, ma di civiltà del segno. Una civiltà che non affondava le sue radici soltanto nella pittura, ma anche

Alfieri & Lacroix per una tipografia esaltante avveniristica comunicativa spettacolare immaginativa



nella scienza. Oggi è più facile riconoscere le parentele sottocutanee esistenti tra scienza e pittura, le ricerche della logica del segno e lo studio dello spazio in cui il segno è costretto a muoversi. Allora solo un uomo dotato di intuizione e di buon sottofondo culturale poteva accettare un discorso su questo piano. Accettare che la parola venisse distorta per eccitarne la forza espressiva. Accettare che la tipografia assumesse quella piena libertà di immaginazione che oggi l'ha trasformata in efficace mezzo di espressione.

Così, dalla foto-tipografia come si chiamava un tempo la zincografia, Alfieri & Lacroix è diventato un complesso autonomo completo che svolge l'intero ciclo della lavorazione grafica, dalla fotografia alla fotoincisione, dalla composizione manuale e meccanica alla stampa in tipo e in lito e, infine, alla legatoria. E queste cose, mai dette nelle pagine di Grignani, sono tutte espresse nei 160 e più bozzetti creati dall'artista per Alfieri & Lacroix in un linguaggio più chiaro della parola, perché leggibile a tutti attraverso la magica e meditata rappresentazione del segno. Quel segno che ha portato il suo nome ai fasti del Typomundus 20.

Dopo 43 anni di lavoro, Dario Morani sta per lasciare la grande ruota alla quale ha guidato la sua azienda attraverso mari non sempre in bonaccia. Lo dice con un velo di malinconia e con molta dignità. Lascia il posto ai giovani che egli stesso ha « tirato su » perché potessero un giorno proseguire da soli. Il riconoscimento dell'ICTA diviene quasi un attestato internazionalmente dedicato alla capacità, all'intelligenza e alla fede di un uomo, un uomo nostro, col quale è stato bello lavorare.

Tutti i problemi della visualità
sono inseriti in questa grafica.